

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
SMARTPHONE XIAOMI
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNJ)**

**RAFITA MAIYOLA FICHANTI LULU B.P.
1702517003**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASE
INTENTION SMARTPHONE XIAOMI***

***(Case study on Student's of Management Faculty Economics Universitas
Negeri Jakarta)***

**RAFITA MAIYOLA FICHANTI LULU B.P
1702517003**



***Research papers was written to fulfill one of the requirements to earn the title of
the Ahli Madya at Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT DIII STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Rafita Maiyola F.L.B.P., 2020; Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen FE UNJ). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dosen Pembimbing: Dra. Umi Mardiyati, M.Si.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Gambaran tentang citra merek yang dimiliki oleh *Smartphone* Xiaomi. 2) Gambaran tentang minat beli pelanggan *Smartphone* Xiaomi. 3) Pengaruh citra merek terhadap minat beli *Smartphone* Xiaomi. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode survei dengan menggunakan kuesioner secara *online*. Sample yang diambil adalah 108 Responden. Subjek penelitian adalah Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi. Metode analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linier sederhana, menggunakan SPSS Versi 25 untuk mengolah data hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh pada minat beli *Smartphone* Xiaomi. Dalam koefisien determinasi (R^2) citra merek mempengaruhi minat beli sebesar 29% dan 71% nya minat beli di pengaruhi variabel lainnya.

Kata kunci: Citra Merek, Minat Beli, *Smartphone* Xiaomi





ABSTRACT

Rafita Maiyola F.L.B.P., 2020; The Influence of Brand Image on Purchasing Intention of Xiaomi Smartphone (Case study among Management students, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta). Research project, Jakarta: DIII Study Program in Marketing Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Supervisor: Dra. Umi Mardiyati, M.Si.

The aims of this study are: 1) To elaborate brand image of xiaomi. 2) To elaborate purchasing intention of Smartphone Xiaomi customers. 3) The influence of brand image on purchasing intention of Smartphone Xiaomi. Data collection method uses survey methods and would be spreaded to group chat using online questionnaires. This study will use the sample from 108 respondents. The research subjects are Management Students of the Faculty of Economics. The method of data analysis uses descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis, using SPSS Version 25 to process the research data.

The results shows that brand image influences the purchasing intention of Xiaomi Smartphone. The result of this study shows that brand image variable affects purchasing intention for 29% and the remaining 71% of purchasing intention is influenced by other variables.

Keywords: Brand image, Purcahse Intention, Smartphone Xioami

| LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH | | | |
|--|---|--|-----------------|
| Penanggung Jawab | | | |
| Dekan Fakultas Ekonomi | | | |
|  | | <u>Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd</u> NIP. 197207152001121001 | |
| No | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
| 1 | <u>Acung Kresnamurti R. P. S.T., M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Ketua Penguji) |  | 13 Agustus 2020 |
| 2 | <u>M. Edo S. Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002 (Penguji Ahli) |  | 25 Agustus 2020 |
| 3 | <u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si.</u> NIP. 195702211985032002 (Dosen Pembimbing) |  | 26 Agustus 2020 |
| Nama : Rafita Mayola F.L.B.P. No Registrasi : 1702517003 Program Studi : Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 22 Juni 2020 | | | |

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan ballpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rafita Maiyola F.L.B.P

NIM : 1702517003

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari Karya Ilmiah dengan judul **"Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNJ)"** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiatisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima Tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Rafita Maiyola F.L.B.P

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rafita Maiyola F.L.B.P
NIM : 1702517003
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNJ)**", beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkatan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,

 
Rafita Maiyola F.L.B.P

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas khadirat Allah SWT serta karunia-Nya dan tak lupa juga Sholawat teriring untuk baginda nabi kita Nabi Muhammad SAW.

Peneliti diberikan kemudahan dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Mahasiswa/i Manajemen FE UNJ)

Dalam penulisan karya ilmiah ini, tidak lepas peneliti mendapatkan saran, bimbingan, semangat maupun arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Dra. Umi Mardiyati M.Si. Selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan Karya Ilmiah yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan karya ilmiah.
2. Dra. Sholikhah, MM. Selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
4. Orang Tua yang sudah senantiasa memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun baik moral maupun material bagi peneliti.
5. Nabila Fauziah dan teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk peneliti.

Demikianlah karya ilmiah ini disusun dengan sebaik-baiknya, semoga informasi yang terkandung di dalamnya dapat bermanfaat. Peneliti menyadari bahwa masih ada kekurangan-kekurangan di dalam pembuatan laporan ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan laporan ini dan berguna di masa mendatang.

Jakarta, 16 Februari 2020

Peneliti